

Хмельницькій області була стабільно вище 50% їх загальної кількості. За 2009-2012 роки кількість об'єктів ресторанного господарства зменшилася на 112 одиниць (12% загальної кількості). Необхідно відмітити, що збільшення показника обороту ресторанного бізнесу відбувалося у значній мірі за рахунок подорожчання продуктів харчування та алкогольних напоїв, ціни ж суттєво не підвищувалися через побоювання втратити клієнтів. Це суттєво вплинуло на прибуток та рентабельність закладів. Аналіз фінансових результатів ПРГ за 2012 р. показує, що 33,3% їх загальної кількості одержали збитки. Вивчення стану справ в ресторанному бізнесі на регіональному ринку у період наявної кризи показує, що негативні чинники суттєво вплинули на результати діяльності учасників ринку громадського харчування. Так, зокрема, за даними Головного управління статистики у Хмельницькій області, оборот ресторанного господарства за січень 2014 року склав 89,4% до січня 2013 року, при відповідному зростанні цін на послуги на 0,3%. Скорочення обороту закладів відбувається через зменшення відвідувань (в окремих випадках на 50-60%) та зменшення суми середнього чеку. Основна причина уповільнення зростання галузі: скорочення інтересу до харчування поза межами дому з боку середнього класу, на представників якого орієнтована основна кількість ресторанів..

Світовий досвід свідчить про те, що стійко розвиваються і виживають у зовнішньому середовищі, що швидко міняється, підприємства ресторанного бізнесу, які усвідомлено використовують у своїй діяльності і розвитку конкурентні стратегії диференціації та фокусування. Враховуючи особливості результату своєї діяльності – ресторанної послуги, яка тісно пов'язана із двома складовими – товаром (кулінарною продукцією) та обслуговуванням клієнтів, такі заклади мають певний запас стабільності, що обумовлений наявністю сегментів стійкого попиту на регіональному ринку. Дослідження діяльності ПРГ Хмельницької області дозволяє визначити певні характерні особливості такого ринку та ключових факторів успіху для його учасників. Проведений нами поглиблений аналіз 52 закладів ресторанного бізнесу з метою ідентифікації їх конкурентних переваг, показує наявність переважної кількості закладів із слабо диференційованим товаром. На ринку ресторанних послуг існує сильна конкуренція. Суб'єкти ринку працюють в умовах обмеженого потенціалу платоспроможного попиту, сильного впливу традицій та звичок. На ринку області значна кількість конкуруючих закладів реалізує схожі стратегії конкуренції, спостерігається значна концентрація учасників ринку у низькому та середньому ціновому сегменті. Разом з тим, позиціонування досліджених закладів в преміальному сегменті не означає відповідної якості страв та обслуговування. Більшість з досліджених ресторанів має фрагментарний попит ,працює під конкретні замовлення та виключно у вечірній час, пропонує симбіоз національної, європейської та азійської кухні. Практично не використовується потенціал дитячого сегменту, кейтерингу, практично не застосовуються програми лояльності для постійних клієнтів. Загальна тенденція розвитку регіонального ресторанного ринку полягає в тому, що більш затребуваними стають ресторани з демократичною ціновою політикою, але гість при цьому стає більш вимогливим. Сьогодні конкурентоспроможність підприємства ресторанного бізнесу визначається не лише конкурентоспроможністю по витратах, але й в більшій мірі маркетинговою складовою (ступенем диференціації, задоволеністю і лояльністю відвідувача). До ключових факторів успіху ресторанного бізнесу відноситься концепція закладу, місцезнаходження, професіоналізм персоналу, ціна, імідж,кухня, реклама, система стимулювання відвідувачів тощо. На наш погляд, саме для регіонального ринку до складу факторів успішної діяльності в умовах кризи, можна віднести створення стійкого емоційного зв'язку з клієнтом. Саме конкурентні переваги, що реалізують цей напрямок успіху виходять на перше місце в умовах кризи та дозволяють втримати клієнта, сформувавши його відданість закладу. Доцільним є концентрація уваги на відмінних якостях товару(послуги), що створюють цінність для клієнтів (не тільки ціна , але й враження,позитивні емоції від відвідування закладу, високий рівень обслуговування),сучасні інноваційні технології кухні, впровадження нових додаткових послуг в якості доповнення до базової ресторанної послуги та концентрація уваги саме на них. Важливим є посилення соціальної складової у реалізації стратегії конкуренції ПРГ. Інноваційними послугами, що дозволяють позиціонувати ресторанний заклад як заклад сімейного типу є майстер-класи для дітей та дорослих, гастрономічні гастролі відомих кухарів, гастрономічні школи, школи сомельє ,дитячі свята у вихідні дні, організація сімейних ,національних, тематичних свят, свят національної кухні , знайомство дітей та дорослих з гастрономічними особливостями різних країн світу,співпраця із діячами театрального мистецтва, художниками, артистами, ляльковим театром, розробка та реалізація сувенірної гастрономічної продукції тощо. Такі заходи сприятимуть заповненню залів закладів у ранкові та денні часи, особливо у вихідні дні, формуванню позитивного іміджу та відданості клієнтів. Доцільною є також розробка наскрізної системи стимулювання споживачів, застосування реклами у соціальних мережах. Сьогодні змінюються акценти у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства.

Література

1. Роздрібна торгівля Хмельницької області у 2000-2012 роках. Статистичний збірник . — Хм. : ГУС, 2013. — 35 с.

Сочинська-Сибірцева І.М., к.е.н., доц.

ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДІЙНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Побудова в Україні соціально-орієнтованої ринкової економіки вимагає нових якостей від персоналу: підвищення ініціативності, креативності, відповідальності та надійності. Менеджери підприємств намагаються мати у своєму підпорядкуванні не лише вдалий склад працівників, які б максимально відповідали поставленим завданням, але й шукають можливості для збереження, розвитку та підвищення надійності людського капіталу.

Дослідженню теоретичних, методичних і практичних питань формування та використання людського капіталу присвячені наукові праці провідних зарубіжних вчених: Г. Асселя, П. Друкера, Г. Мінцберга, М. Портера, Ф. Тейлора. А. Сміта, А. Файоля, Р. Уотермена, Е. Чемберлена, Й. Шумпетера.

Широке коло питань, пов'язаних із характеристикою складових елементів системи управління людською складовою, оцінкою факторів впливу на конкурентоспроможність людського капіталу, розглянуто такими українськими вченими, як О. Амоша, Д. Богиня, А. Воронкова, В. Герасимчук, О. Грішнова, С. Довбня, М. Дороніна, Ю. Іванов, М. Кизим, А. Колот, Н. Лук'яненко, О. Новікова, М. Семикіна, Л. Фільштейн, Н. Чумаченко, Г. Щокін, О. Ястремська.

Незважаючи на значні досягнення в теорії та практиці управління людським капіталом підприємства, є ряд проблем, які залишаються предметом дискусій вчених-економістів. Зокрема, у більшості наукових праць недостатньо систематизоване поняття «надійність персоналу», відсутня методологія оцінки рівня надійності персоналу та впливу цієї складової на якісні характеристики людського капіталу.

Актуальність поставленої проблеми, її теоретична значимість і практична цінність обумовили вибір теми статті.

Метою статті є визначення сутності економічної категорії «надійність персоналу», виокремлення найбільш значимих факторів впливу на рівень надійності персоналу та визначення конкретних шляхів підвищення надійності персоналу.

Надійність є однією з важливих складових професійної придатності співробітників. Працівники, що володіють такою якістю, зберігають моральну стійкість і лояльність до підприємства, відчувають себе «прив'язаними» до нього, сама робота представляє для них високу мотиваційну значимість, а її втрата оцінюється як серйозна життєва невдача.

Одним із ключових елементів системи управління персоналом, який сприяє підвищенню надійності персоналу є проведення якісного відбору кадрів. Дослідження практики діяльності кадрових служб вітчизняних підприємств свідчить про те, що тільки в порівняно невеликій кількості підприємств серйозно ставляться до використання ефективним технологій професійного відбору працівників. Як правило, тестування в процесі відбору є формальним, без застосування психологічних методів [1]. Крім того, необхідно враховувати, що стандарти відбору склалися у вузькій сфері професійної діяльності - у професіях типу «людина - техніка - соціально-психологічне середовище». Велика кількість професій, вагомими соціально-психологічними факторами успішної діяльності людей потребують диференційованого підходу у формуванні задач і критеріїв відбору персоналу відповідно до особливостей конкретних посад і робочих місць.

Об'єктивна необхідність розробки методичних рекомендацій щодо впровадження інноваційних технологій відбору персоналу доводиться результатами досліджень консультантів з організаційного розвитку підприємств, які вважають, що лише 10% працівників можуть чітко сформулювати цілі власної діяльності і тільки половина з них відповідає уявленню керівництва [2]. Відсутність розуміння персоналом кінцевої мети власних дій, як наслідок – використання неефективних методів досягнення стратегічних цілей підприємства, знижує його конкурентоспроможність.

Технологія формування надійного кадрового складу повинна визначатися як ефективністю підбору та розстановки персоналу, професійним просуванням працівників, так і якістю соціально-психологічної роботи на підприємстві. Тому слід звернути увагу на обидва аспекти (рис. 1).

Отже, забезпечити надійність персоналу з метою підвищення його конкурентоспроможності можливо шляхом використання сучасних технологій професійного відбору працівників та подальшого впливу на соціально-психологічний клімат в колективі.

Закордонна практика свідчить, що перевірка надійності людського фактора здійснюється шляхом професійного відбору персоналу, планових і позапланових перевірок. Професійний відбір кандидатів обов'язково проводиться за сталими схемами: бесіда з експертом-психологом, психофізіологічне тестування та спеціальне психофізіологічне дослідження [3].

Слід зазначити, що традиційним технологіям психологічної і психофізіологічної діагностики, які використовуються кадровими службами у процесі професійного відбору персоналу, бракує науково-методичного обґрунтування. Кадрові служби застосовують, як правило, застарілі методики та програмно-технічні засоби оцінки кандидатів на посаду. Заходи щодо підвищення якості пошуку та відбору працівників мають фрагментарний характер. Все це свідчить про нагальну потребу впровадження інноваційних технологій управління персоналом, які дозволять якісно змінити, істотно

вдосконалити і стандартизувати процедуру професійного відбору працівників, оперативного моніторингу надійності людської складової підприємства.

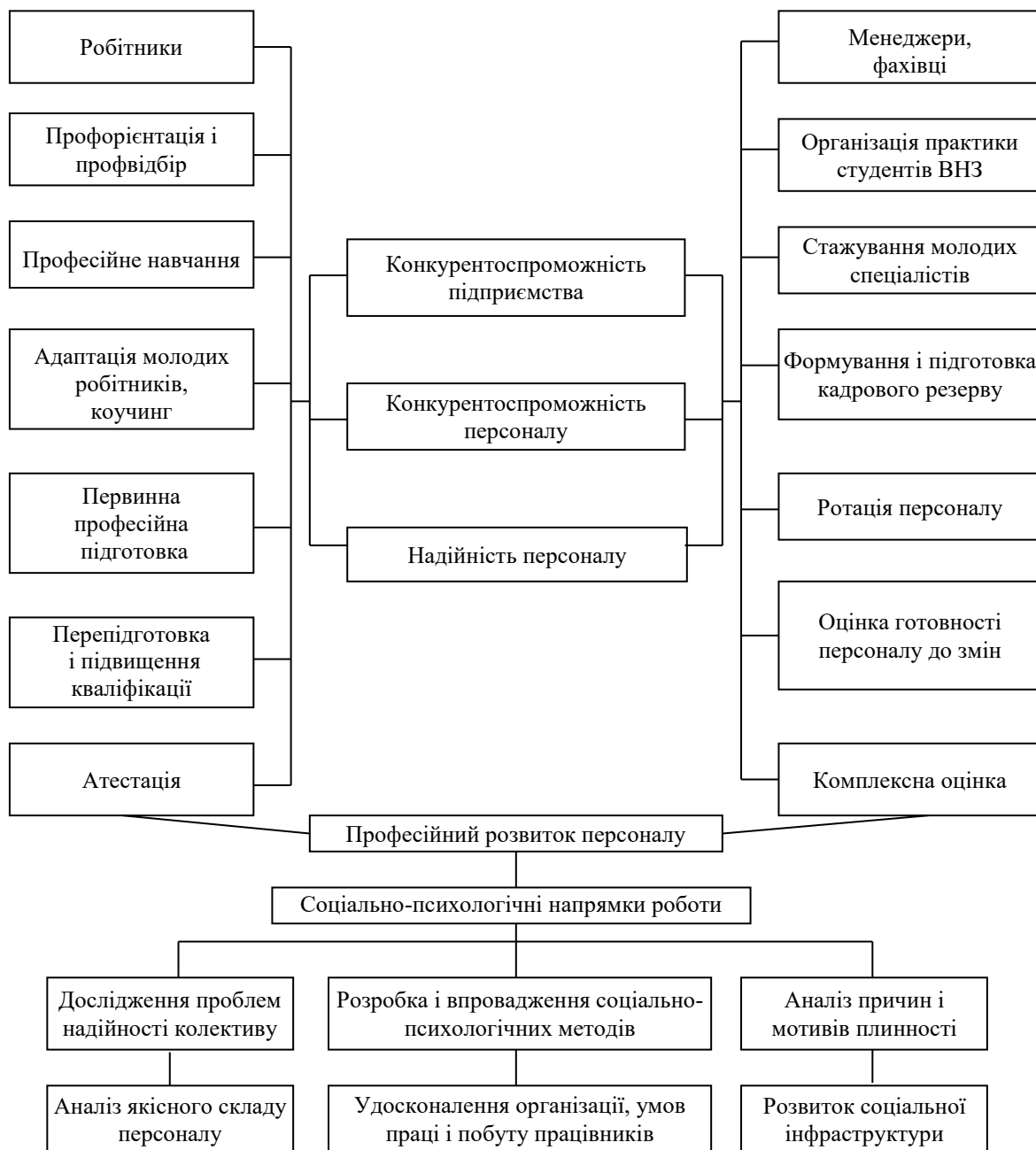


Рис. 1. Шляхи забезпечення надійності персоналу

Література

1. Організаційні проблеми формування стійкої системи підвищення ефективності національної економіки України: Монографія. – Під редакцією Л.М. Фільштейна. - Кіровоград: «КОД», 2009. – 388 с.
2. Козачук Н. Системний підхід к подбору персонала / Н. Козачук // Управление персоналом - Украина. – 2008. – № 04(175). – С. 23-28.
3. Малхазов О., Кокун О. Профвідбір та впровадження новітніх технічних засобів у роботі з персоналом // Соціальна психологія № 4, 2005. – С. 84-90.